

(Un)modelling Gender: Models zwischen Mode und Gesellschaft

Giannone, Antonella

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:
Verlag Barbara Budrich

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Giannone, A. (2018). (Un)modelling Gender: Models zwischen Mode und Gesellschaft. *GENDER - Zeitschrift für Geschlecht, Kultur und Gesellschaft*, 10(3), 54-69. <https://doi.org/10.3224/gender.v10i3.05>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more Information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

(Un)modelling Gender: Models zwischen Mode und Gesellschaft

Zusammenfassung

Als *Technology of Gender* im Sinne von Teresa de Lauretis (1988) steht Modeln im Zeichen des kulturell konstruierten und gesellschaftlich ausgetragenen *Weiblichen*. Gerade im Kontext dieses geschlechtlich so deutlich markierten Handlungsraums werden gegenwärtig Genderstereotype dekonstruiert und Identitäten infrage gestellt. Dieser Beitrag fokussiert aus modetheoretischer Perspektive auf die kulturelle Rolle des Models. Er setzt sich mit der These auseinander, dass es zu einer prägenden „Sozialfigur der Gegenwart“ im Sinne von Stephan Moebius und Markus Schroer (2010) geworden ist. Als solche adressiert das Model durch seine breit aufgefächerte, intertextuelle bzw. intermediale Präsenz grundlegende Fragen bezüglich der gegenwärtigen Relation zwischen Mode und Identitätskonstruktionen.

Schlüsselwörter

Model, Vorbild, Mode, Körper, Weiblichkeit

Summary

(Un)modelling gender: Models between fashion and society

As a *technology of gender* under Teresa de Lauretis's 1988 definition, fashion modelling can be considered as a field in which the *female* has traditionally been culturally constructed and socially staged. Nevertheless, modelling is currently turning into a practice in which gender stereotypes can be deconstructed and each identity formation can be questioned and challenged. The article assumes that fashion models have become central *social figures* of the present time, that is collective, intermedial and intertextual figures who address structural questions around the relationships between fashion and identity construction.

Keywords

model, role model, fashion, body, femininity

1 Ex Cover Girls

Roland Barthes definierte 1967 in seinem Buch *Système de la Mode* (vgl. Barthes 1985) das Model (bei ihm *cover girl*) als „seltenes Paradox“. Dieses Paradox entsprang der singulären Verknüpfung anhand seines Körpers zwischen individuellen und „institutionellen“ Eigenschaften bzw. der Kombination zwischen einem einzigartigen Körper und einer allgemeingültigen Körperabstraktion, einer „reinen Form“, wie Barthes schrieb, welche die einzige Funktion hatte, die Mode zu signifizieren (vgl. Barthes 1985: 266ff.).

Models können heute nicht mehr als eine *Funktion* betrachtet werden, die sich auf das Gebiet der Mode eingrenzen lässt. In der symbolischen Geografie der Mode haben sie sich im Laufe der Zeit zu komplexen Orten der Disziplinierung und Uniformierung von Körpern sowie der Konstruktion von Genderstereotypen gewandelt. So lassen sich wechselnde soziale Verhältnisse und Machtrelationen sowie epochale Wenden im Kontext der Medialität der Mode am Beispiel des Modelkörpers und dessen Inszenierungen besonders deutlich beobachten.

Dieser Beitrag fokussiert auf die soziokulturelle Rolle des Models und setzt sich mit der These auseinander, dass es zu einer prägenden „Sozialfigur der Gegenwart“ im Sinne von Stephan Moebius und Markus Schroer (2010) geworden ist: „Sozialfiguren sind zeitgebundene, historische Gestalten, anhand deren ein spezifischer Blick auf die Gegenwartsgesellschaft geworfen werden kann“ (Moebius/Schroer 2010: 8).

Durch ihre breit aufgefächerte, intermediale Präsenz adressieren Models grundlegende Fragen bezüglich der gegenwärtigen Relation zwischen Mode, Körpern und Geschlechtsidentitäten. Wie verschieben sich gegenwärtig die vom Model aktualisierten Bedeutungsebenen in den nun immer stärker vernetzten und partizipativen Räumen der digitalen Kultur? Wie tragen individuelle Körpererfahrungen dazu bei, den abstrakten Körper der Mode, von dem bei Barthes die Rede war, zu verändern? Und inwiefern sind wir alle, wie Christian Salmon (2010) behauptet, zu „Models“ geworden?

Das Wort „Models“ verweist meistens auf Weiblichkeitskonstruktionen, auch wenn es männliche Models gibt, die im Laufe der Modegeschichte des 20. und 21. Jahrhunderts an Bedeutung und Popularität gewonnen haben. Dennoch konzentriert sich die Aufmerksamkeit unterschiedlicher Analysen zum Thema Model oft, wie Gertrud Lehnert beobachtet (1998: 95), auf das weibliche Model, was damit zusammenhängt, dass Models als *Technology of Gender* im Sinne von Teresa de Lauretis (1988) im Zeichen des kulturell konstruierten und gesellschaftlich ausgetragenen *Weiblichen* steht. Gerade im Kontext dieses geschlechtlich so deutlich markierten Handlungsraums werden dennoch gegenwärtig Genderstereotype dekonstruiert bzw. subvertiert. Wie lässt sich der normierte und normierende Körper des Models zur Entgrenzung von Geschlechterrollen und zur Abschwächung eindeutiger Zeichen des Geschlechtlichen umfunktionieren? Kann in Bezug auf die zeitgenössische Auseinandersetzung mit dem Models von Praxen des *Queering Gender* die Rede sein? Unter *Queering* verstehe ich hier hauptsächlich das Potenzial von performativen und genderkonstituierenden Handlungen, die Stabilität von Identitäten zu hinterfragen und diese als sich immer neu bildende, prekäre Konstruktionen darzustellen. Mit diesen Fragen werde ich mich im Folgenden anhand diverser Beispiele auseinandersetzen.

2 Das Tun der Models

Das kulturelle Interesse an Models ist nicht neu: Immer wieder hat diese Rolle Fantasien angeregt, leidenschaftliche Reaktionen hervorgerufen und Debatten initiiert. Die allgemeine Kritik an der Mode konzentriert sich immer wieder auf Models. Über ihre gleichzeitig öffentlichen und privaten Körper wurde und wird oft rücksichtslos diskutiert. Nicht nur Mode und Medien konstituieren Models zu passiven Objekten, sondern auch die Theorie, die sich mit ihnen auseinandersetzt. Als disziplinierte und der eigenen Individualität beraubte Frauen werden Models in diesen Kontexten fast ausschließlich als Opfer eines Systems betrachtet, von dem sie ferngesteuert werden. Selbst eindrucksvolle Performances von Models im Kontext von Modenschauen werden ausschließlich dem Genie des jeweiligen Designers zugeschrieben. Über ihre Professionalität sowie die von ihnen geleistete Arbeit wird selten gesprochen und über ihre aktive Rolle an der Gestaltung von Modebildern nur sporadisch nachgedacht (vgl. Entwistle/Wissinger 2012).

Eine mehrdimensionale Auffassung des Models entwickelte sich erst ab den 1990er-Jahren im Kontext der mehr oder weniger radikalen Transformation von Modenschauen in Performances komplexerer Art. Ein Neudenken der Art und Weise, Mode zu konzipieren, ging mit der Reflexion über die *Ontologie* des Models (vgl. Evans 2011) sowie dessen Handlungsfähigkeit im Kontext der Show einher.

Im Werk Alexander McQueens etwa spielt die Reflexion über das Model als transmediale Konstruktion sowie über den Akt des Modelns eine vorrangige Rolle. Diese Auseinandersetzung führte McQueen auf unterschiedlichen Ebenen, ausgehend von einer vertieften Untersuchung der performativen Aspekte, die aus dem „Tun“ von Models im Kontext der Modenschauen hervorgingen. Hier wurde die Arbeit des Models – welche im Gegensatz zur Vorstellung der passiven Puppe als künstlerische und gleichzeitig physisch anstrengende Arbeit konzipiert wurde – als aktive Gestaltung der Performance bis an ihre Grenzen ausprobiert.

In den Worten Caroline Evans waren Models bei McQueen „technicians of the walk, as much as the makers were technicians of the object“ (Evans 2015: 189).

Models verstand McQueen als immer neu zu erfindende *Kreaturen*. *Grazie* im tradierten Sinn sowie übliche Posen und geschultes, konventionelles Laufen im Modelstil gehörten nicht dazu, denn die getragenen Kleidungsstücke waren meist eine Herausforderung für den Körper und bewirkten dadurch eine Subversion gängiger Gesten. Viele der Musen von Alexander McQueen erinnern sich an die Spannung, die sie beim Tragen solch schwieriger *Showpieces* empfanden, in welchen sie jederzeit ihr Gleichgewicht hätten verlieren können: Sie waren z. B. in komplexe Kleidungsstücke aus schwer tragbaren Materialien gehüllt, die eine ständige bewusste Kontrolle über den eigenen Körper erforderten. So erinnert sich das Model Laura Morgan an die Selbstbeherrschung, die sie ausüben musste, als sie mit einer Glasbüste auf dem Laufsteg lief (vgl. Evans 2015: 194).

Jeder vermeintlichen „Natürlichkeit“ des Models wurde sowohl im Kontext der Shows als auch in den Fotografien Alexander McQueens eine Absage erteilt: Die Models nahmen immer wieder demonstrativ Bezug auf ihre Rolle und Funktion und entblößten Aspekte und kontroverse Facetten ihrer Arbeit auf dem Laufsteg. So balancierten sie des Öfteren ihren Körper in diffizilen Positionen zwischen Beweglichkeit und gezwungener Immobilität, wie etwa das Model (und ehemalige Balletttänzerin) Shalom Harlow 1998 im Kontext der Modenschau *No. 13*. Dort bekam sie ihr weißes Kleid von zwei Sprührobotern besprüht und inszenierte dabei auf dramatische, selbstreferentielle Art und Weise die Unmöglichkeit, diesen zu entkommen. Bei der vielfach analysierten Modenschau *Voss* aus dem Jahr 2001 (vgl. Silbermann 2012) aktualisierten die Models durch ihre Performance in verschachtelten und verspiegelten Räumen die Dialektik zwischen aktivem Sehen und passivem Gesehen-Werden, wie sie den „Begehrensstrategien“ einer Modenschau zugrunde liegt (Silbermann 2012: 77f.). Im Laufe der Show wurden diese Rollen – dank Licht- und Spiegelungseffekten – getauscht. So konnte das Publikum vor dem Beginn nur das eigene verspiegelte Bild sehen, während es in einer zweiten Phase auf die Models in der Schachtel schauen konnte, ohne dass diese seinen Blick erwidern konnten.

Strategien der Entautomatisierung und Bewusstmachung bezüglich des Körper-Kleid-Verhältnisses probierte McQueen in immer unerwarteten Konstellationen aus. In der Modewelt McQueens wurde etwa körperliche Behinderung „*fashion-able*“, als er

1998 die September-Issue der Zeitschrift *Dazed & Confused* zu diesem Thema kuratierte, auf deren Cover die paraolympische Athletin Aimee Mullins mit Beinprothesen abgebildet war. Mullins wurde im gleichen Jahr als Model auch in die Modenschau *No. 13* eingebettet und lief dabei mit gravierten Holzprothesen auf dem Laufsteg, etwas, das für sie eine außerordentliche Herausforderung darstellte.

Gertrud Lehnert (2016) sieht in der Inszenierung von Aimee Mullins und generell im Werk Alexander McQueens Praxen des *Queering* von Genderkategorien und Körperauffassungen durch Mode. Queer bezeichnet Lehnert nicht als eine Modalität des *Seins*, sondern als ein *Tun*, das in kulturellen Praktiken verankert ist (vgl. Lehnert 2016: 21). Die gemischte Kreatur aus Fleisch, Holz und Kleid, die Aimee Mullins verkörpert, wird für Lehnert emblematisch für die Aktualisierung eines Zwischenzustands des Körpers, der sich jeder Kategorisierung entzieht und „nie zur Ruhe kommt“ (Lehnert 2016: 32).

In dieser Hinsicht kann jedes Model bei McQueen als eine hochperformative Zwischenfigur verstanden werden: zwischen den Geschlechteridentitäten sowie zwischen Mensch und Tier, Mensch und Objekt, Mensch und Cyborg. Diese von Alexander McQueen immer wieder neu interpretierten und in Mode übersetzten Zustände des Körpers wohnen der Figur des Models inne und charakterisieren dessen Fähigkeit, allgemeinere, über die Mode hinausgehende Prozesse der Subjektivierung in der Gegenwart zu verkörpern.

3 Critical Fashion und das Model

Als zentrale Medien der Inszenierung von gegenderten Körpervorstellungen stehen Models im Mittelpunkt kritischer Stellungnahmen im Kontext der Mode. *Critical Fashion* zu praktizieren (vgl. Karaminas/Geczy 2017), heißt heutzutage u. a., sich die Frage nach der Beziehung zwischen Mode und Körpern aus unterschiedlichen Perspektiven bewusst zu stellen. Eine kritische Haltung kann im Kontext der Mode nur dann eingenommen werden, wenn dabei *Körperpolitiken*, die auch die Arbeitsbedingungen und die Machtverhältnisse in der Modebranche einschließen, berücksichtigt werden.

So wird die kritische Position einiger aktueller Modedesigner*innen in erster Linie durch Aussagen artikuliert, die im Kontext der Performances bei Modenschauen entstehen und die, wie bei jedem performativen Akt, nicht voraussehbare Reaktionen und Transformationen auslösen. Kritische Modepraxen werden heute meist durch eine neu konzipierte *Mode-Theatralität* im Sinne Doris Koleschs formuliert (1998), an welcher Models aktiv beteiligt sind. In diesem Rahmen wird das Modeln als dramaturgische Rolle immer unterschiedlich besetzt bzw. jedes Mal neu konstituiert.

Als kulturelle Praxis und als Bestandteil eines neu konzipierten Theaters der Mode wird das Modeln heute nicht nur von professionellen Models ausgeübt, sondern auch von mehr oder weniger berühmten Figuren, deren Körper aus diversen Gründen im Mittelpunkt ihrer Tätigkeit steht. Schon seit einiger Zeit werden beispielsweise Tänzer*innen als Models eingesetzt, welche die Performativität von Körpern und Mode mit neuen Bedeutungen verknüpfen. Der Modedesigner Yohji Yamamoto etwa hat in unterschiedlichen Modenschauen die Agency seiner Kreationen an tanzenden Körpern ausprobiert und herausgefordert. So wurde z. B. seine Adidas-Kollektion (F/S 2016)

von den Tänzer*innen des *Tao Dance Theaters* interpretiert. Auch bei den Modenschauen und Modelfilmen des syrisch-kanadischen Designers Rad Hourani, der seine Mode in Bezug auf Gender als „agnostisch“ definiert (vgl. Karaminas/Geczy 2017: 106), spielt die Verstrickung von Tanzen und Modeln eine zentrale Rolle im Hinblick auf die Inszenierung nicht stereotyper Körperbilder sowie in Bezug auf „the doing and the undoing of the body as gendered“ (Karaminas/Geczy 2017: 116). Der bewegte Körper zeigt bei Hourani seine fleischliche Substanz aus sich dehrenden Gliedern, die – wie in seinem Film *Unisex* (2013) deutlich wird – jede fixe Modepose dekonstruieren.

Das Einsetzen von Performer*innen, die sich von konventionellen Modelkörpern deutlich unterscheiden, charakterisiert auch die Shows von Rick Owen, wie es sich exemplarisch am Beispiel der Modenschau *Vicious* (Frühling/Sommer 2014) zeigte. Die untereinander sehr unterschiedlichen Models, deren Kleidergröße der für den Laufsteg eher unüblichen Kategorie Plus Size entsprechen würde, waren afroamerikanische Step-Tänzerinnen (vgl. Way 2013: 255f.). Mit Kopfbedeckungen, Schleiern und Frisuren aus nicht-westlichen Kleidungskulturen der Vergangenheit und der Gegenwart gestylt tanzten und stampften sie auf dem Laufsteg, schlugen sich ununterbrochen auf die Brust und verzogen dabei ihre Gesichter in sog. „Grit Faces“, die sich – als für diesen kompetitiven Tanzstil typischen Ausdruck (vgl. Way 2013: 256) – jeglicher konventionellen Vorstellung des „schönen Scheins“ auf dem Laufsteg entziehen. So ließen sich die bei *Vicious* mitwirkenden Models auf kein Modestereotyp zurückführen. Sie entsprachen keinen in der Rhetorik der Modenschau tradierten Tropen und generierten somit eine desorientierende, mit allen Erwartungen brechende und dissonante Vision von Mode. Die Vermischung von Modeln und afroamerikanischen Tanztraditionen wurde hier zum Metadiskurs über die Relation zwischen unterschiedlich ethnisierten und gegenderten Körpern. Auch die Beziehung zwischen kanonischen Modelkörpern einerseits und anderen Kulturen des Körperlichen andererseits, welche die Geschichte der Mode ebenfalls beeinflussen, wurde im Laufe dieser Performance ständig aktualisiert

4 Defacing Models

Der Körper des Models hat traditionell im Gesicht einen Schwerpunkt, dem Schönheitsvorstellungen sowie historisch bedingte Bezüge zu Gender, Ethnie, Klasse eingeschrieben werden.

Unsere von Gesichtern besessene, im Sinne Machos „faciale“ Kultur (vgl. Macho 2011) produziert immer wieder Strategien und Techniken von *Defacing* (vgl. Macho 2011: 292ff.), d. h. dem Ausblenden von Gesichtern, das mit unterschiedlichen Funktionen verbunden ist. Wie die Gesichter von Politiker*innen auf großformatigen Wahlplakaten werden oft auch Modegesichter im urbanen Raum spontanen Akten des *Defacing* unterworfen: Mit ihnen fremden Zeichen wie Brillen oder Bärten versehen, ganz oder zum Teil übermalt, werden Modegesichter lächerlich oder unerkennbar gemacht, profaniert und verunstaltet.

Auch bei der Inszenierung von Models im Rahmen von Modenschauen ließen sich in den letzten Jahren immer wieder Strategien des *Defacing* beobachten. Als solche können etwa die unzähligen Deklinationen der Maske betrachtet werden, welche auf den

Laufstegen wiederholt eingesetzt wurden. Von der strukturellen Ambivalenz der Maske ist die Mode seit jeher sehr fasziniert gewesen. In der zeitgenössischen Mode werden Masken dazu genutzt, die Konzeption, das Agieren und Funktionieren von Models im Kontext der Modekommunikation zu problematisieren bzw. an ihre Grenzen zu treiben. Maskierte, am Gesicht nicht wiederzuerkennende Models hatten etwa eine zentrale Rolle in der Hinterfragung des gesamten Modesystems bei Maison Martin Margiela. Hier dienten Masken, Schminke, Übermalungen und weitere Techniken des *Defacing* dazu, die bei Margiela auf allen Ebenen verfolgte Abschaffung jeglichen Personenkults umzusetzen. Die mal aufwendig maskierten, mal einfach von ihren eigenen Haaren bedeckten Modelgesichter schienen bei Margiela ein globales *Reset* im Kontext der Mode bewirken zu wollen, eine radikale Annullierung von etablierten Sehgewohnheiten, Rollen und modespezifischen Ritualen. So inszenierte Margiela den realen Körper des Models als *Mannekin*, als anonyme Schaufensterpuppe, als hybride Kreatur, die eine selbstreferentielle Beziehung zu ihrer eigenen Verdinglichung sowie zu ihrer Austauschbarkeit im Kontext der Mode unterhält.

Rad Hourani benutzte 2014 Masken als explizite Strategie des *Degendering*: Binäre geschlechtliche Markierungen sollten durch die maskierten Gesichter der Models umgangen werden im Sinne einer Mode, die er im Kontext jener Kollektion als dezidiert „genderneutral“ kommunizieren wollte.

Ausgiebig werden maskierte Models auch in den Inszenierungen des Modedesigners Gareth Pugh verwendet, in deren Kontext sichtbare, erkennbare Gesichter eher die Ausnahme bilden (vgl. Karaminas/Geczy 2017: 45ff.). Seely (2012) schreibt zu Gareth Pugh:

„By defacializing the body, he untethers fashion from its normative images of beauty, bodies, gender and humanity, allowing it instead to be used for the creative production of entirely new assemblages“ (Seely 2012: 261).

In einer solchen Auffassung des Modelkörpers spielt die Trennung zwischen Körper und Kleid, zwischen Gesicht und Maske keine Rolle mehr. Der zum Kleid gewordene Körper lässt die Grenzen zwischen *Organischem* und *Anorganischem* – wie Walter Benjamin in seinen Modereflexionen an mehreren Stellen betonte (vgl. Benjamin 1982) – verschwinden. So realisiert Mode im Rahmen dieser kritischen Auseinandersetzungen mit dem Model die kreativste und zugleich subversivste ihrer Ambitionen, nämlich das zu erfinden, wofür in der Natur kein Modell vorhanden ist (vgl. Lehmann 2000: 144; de Perthuis 2008).

5 Models in der Kunst

Die wachsende Ubiquität des Models als Kulturartefakt und die Grenzüberschreitungen, welche diese Figur derzeit durchführt, lassen sich auch daran ablesen, dass Models seit etwa den 1990er-Jahren vermehrt zum Thema und Objekt künstlerischer Hinterfragung wurden.

Die Urform des Modemodells wird bekannterweise in den ersten Puppen identifiziert, welche die Funktion hatten, die neuen Moden zu präsentieren und sie durch Europa zirkulieren zu lassen (vgl. Evans 2011). Zwischen dem Model in der Kunst und dem

Model in der Mode wird meistens keine direkte Filiation vorausgesetzt, obwohl beiden Formen als *Medialisierung* von Körpern ähnliche Fragen innewohnen: Wofür stehen sie? Welchen Körper repräsentieren sie? Wie passiv tun sie das oder, im Gegensatz dazu, wie aktiv verstehen sie das Einsetzen ihres individuellen Körpers als Medium?

Am Anfang des 20. Jahrhunderts verkörperte Lee Miller die semantische Nähe zwischen diesen unterschiedlichen Auffassungen des Models, indem sie als Model für die Mode und als Muse surrealistischer Künstler arbeitete. Sie experimentierte oft mit den Oberflächen ihres Körpers und verwandelte ihn zum Fetisch-Objekt (vgl. Chadwick 2003). Die „zwei Körper der Lee Miller“, die Chadwick analysiert, waren eigentlich drei, denn Miller war auch selber Fotografin und konnte die Handlung, die Wirkung und die ständigen Transformationen des eigenen Körpers aus unterschiedlichen Perspektiven gleichzeitig beobachten und mitsteuern (vgl. Conekin 2008).

In der künstlerischen Produktion von Cindy Sherman spielen das Model und der Akt des Modelns eine zentrale Rolle, welche die Künstlerin in ihren Fotoserien immer wieder von neuen Beobachtungsstationen her beleuchtet. Das lebendige Model, die Puppe und alle Zwischenstadien zwischen organischem und anorganischem Körper bzw. zwischen realem Selbst und mithilfe von Mode, Kleidung und Verkleidung gespielten Rollen werden bei ihr dekonstruiert, sezziert und in immer neuen Konstellationen präsentiert. Auch hier wird das Modeln an der Schnittstelle zwischen unterschiedlichen Medien und Gebieten der Kultur eingesetzt. So realisierte Sherman 1993 eine Modestrecke für Harper's Bazaar, in der sie selber – wie immer in ihren Arbeiten – die Rolle des Models übernahm und die Kleider unterschiedlicher Modedesigner*innen im Zusammenhang mit dem eigenen, keineswegs modenormierten Körper inszenierte. Die *Agency* im Sinne Bruno Latours (2005) der Modekleider ließ sich dabei nicht so einfach mit ihrem Körper vereinbaren: Zu lang, zu eng, zu gespannt, übernahm die Kleidung im Kontext dieser unkonventionellen Modestrecke die Funktion, Gender- und Körpervorstellungen der Mode zu denaturalisieren, diese als medienbedingte Konstruktionen zu zeigen und dabei das hochperformative Verhältnis von Körpern, Kleidern und modetypischen Posen in der Produktion weiblicher Identität hervorzuheben (vgl. Loreck 2002: 262).

Die Reflexion über den Modelkörper in Bezug auf räumlich-zeitliche sowie soziale Transformationen und die Thematisierung der Beziehung zwischen privater und öffentlicher Identität wird derzeit allmählich in die Bilder und Erzählungen der Mode integriert. So sind heute gerade in Verbindung mit dem Modeln die Grenzen zwischen unterschiedlichen kulturellen und künstlerischen Praxen bzw. zwischen realen Menschen und gespielten Rollen immer weniger erkennbar.

6 Models „mit Makel“

Entwistle und Slater (2012) zufolge sind Models allmählich zu eigenen *Brands* geworden, die verschiedene Bedeutungsebenen und Handlungsspielräume in sich zusammenfassen. Bei einer so aufgefassten Modelfigur, die *in primis* für sich selbst steht und die eigene Lebensgeschichte vermarktet, wird die Trennung zwischen realem Mensch und der im Kontext der unterschiedlichen Modekampagnen gespielten Rollen immer unschärfer.

Diese programmatische Verwischung von Grenzen lässt sich heute im Kontext der Mode unterschiedlich akzentuieren. Paradigmatisch wird das Kontinuum zwischen Realität und Fiktion am Beispiel eines gegenwärtig relevanten Modelphänomens sichtbar, nämlich den Models mit „besonderen“ Körpereigenschaften, welche die Aufmerksamkeit der Medien polarisieren. Nach der Ära der Top- und der Supermodels scheint die aktuelle Modephase von den sog. „Models mit Makel“ oder „Quirk Models“, wie sie Matthias Krings (2016) bezeichnet, charakterisiert zu sein. Im Englischen heißt *quirk* mehr oder weniger „eigenartig“, „besonders“, „verschroben“. Unter *Quirk Model* versteht Krings ein etwa von der Körpergröße her betrachtet konformes Model, das aber stark charakterisierende und leicht wiederzuerkennende abweichende Eigenschaften aufweist (vgl. Krings 2016: 37). Die Normen, von denen hier abgewichen wird, sind selbstverständlich die Normen der Mode bzw. konventionalisierter Modelkörper, die im Laufe des 20. Jahrhunderts den Übergang von der Puppe zum lebendigen Frauenkörper regelten. Immer eindeutiger konvergierten Models zu makellosen, weißen, vermeintlich „neutralen“ Weiblichkeitskonstruktionen, mit welchen sich alle Ausnahmen konfrontieren mussten. So wurde etwa in den 1960er-Jahren zur Zeit des *Civil Rights Movement* das Model Donyale Luna – „the oddest women ever seen in fashion“ (zit. n. Cheddle 2002: 61) – in den Vereinigten Staaten zum „ersten schwarzen Model“ lanciert. Exotisiert, oft in eindeutig rassistischen Konstellationen inszeniert, in denen etwa durch Posen und Styling immer wieder ihre Ähnlichkeit zu wilden Tieren konstruiert wurde, repräsentiert Donyale Luna symbolisch den Eingang nicht-weißer Körper in die Bildwelt der Mode. Sie kann somit als Model mit „Makel“ *avant la lettre* betrachtet werden (vgl. Krings 2016: 38). Dieser Prozess der Pluralisierung von Modelkörpern kann jedoch auf keinen Fall als abgeschlossen betrachtet werden, da er oftmals unterbrochen wurde und nicht immer fähig und bereit war, rassistische Schemata und „orientalistische“ Stereotype zu überwinden.

Anders als prototypische Models lassen sich heutige *Quirk Models* sehr leicht durch ihre „Imperfektion“ identifizieren, die eindeutig als „Marke“ funktioniert. So warb etwa die spanische Firma Desigual 2015 mit dem an Vitiligo erkrankten Model Chantelle Brown Young, deren unregelmäßig pigmentierte Haut für sofortige Aufmerksamkeit sorgte.

Viele weitere Beispiele dieser Art lassen sich derzeit immer wieder beobachten: von den schwarzen Albino-Models über die *Trans-Age*- und *Plus-Size*-Models bis zur aktuell zentralen und facettenreichen Figur des Transgender-Models, das in dieser Hinsicht auch die gleichzeitig desorientierende und anziehende Logik der „Quirkness“ zu aktivieren scheint. Die Abweichung von der Modenorm lässt sich unterschiedlich verkörpern, so *queeren* etwa Transgender-Models, wie etwa Hari Nef, die für die Modesemantik so konstitutiven oppositionellen Kategorien *männlich vs. weiblich* und interpretieren sowohl männliche als auch weibliche Kollektionen. Sich real und fiktiv zwischen den Geschlechtskategorien zu bewegen, gehört eigentlich zur alltäglichen Erfahrung von Models wie Hari Nef, die darin auch das Provisorium jeglicher Körperkonstruktion bewusst erleben: „I’m a work in progress“, sagt Hari Nef über sich selbst.¹ Transgender- und No-Gender-Models spielen eine wichtige Rolle bei der visuellen Inszenierung von genderübergreifender bzw. genderneutraler Mode und vergegenwärt-

1 Vgl. Interview mit Hari Nef auf der Homepage der Firma Vagabond. Zugriff am 20. März 2018 unter https://www.vagabond.com/globalassets/autumn-2017/hari-nef_casil-mcarthur_journal_aw17.pdf.

tigen darüber hinaus die Notwendigkeit, die Beziehung zwischen Mode und Gender auch auf der Ebene des Designs bzw. der Materialität der Mode neu zu definieren. So lässt sich aktuell das kreative Werk vieler Modedesigner*innen und -labels dadurch charakterisieren, dass es bewusst auf geschlechtlich polarisierte Konnotationen der Kleidung verzichtet.

Als „quirk“ lassen sich viele weitere Models im Kontext der aktuellen Modekommunikation auffassen, welche die Abweichung von der Modenorm zu neu zu besetzen der körperlicher Einzigartigkeit verwandeln. Das Phänomen „Model mit Makel“ bietet sich allerdings für unterschiedliche Interpretationen an, angefangen von der Tatsache, dass diese kulturell attraktive, neue Konstellation von Modelrollen die Position von Models im Kontext der sich derzeit neu strukturierenden *Celebrity Culture* deutlich zentraler werden lässt. Wie Krings beobachtet:

„Auf den ersten Blick scheint diese neuartige Valorisierung von Differenzen dem Mainstreaming von Vielfalt zu entsprechen, das sich gegenwärtig auch jenseits der Modelbranche [...] beobachten lässt []. Eine andere Leseart legt jedoch nahe, den Quirk Look sowie generell das Aufkommen von Models mit besonderen Körpern als einen Effekt der veränderten Aufmerksamkeitsökonomien des digitalen Zeitalters zu betrachten“ (Krings 2016: 38).

Als Celebrities des digitalen Zeitalters sind Models mit Makel auch über ihr Image im modischen Kontext hinaus interessant, denn es geht bei ihnen um viel mehr als ihr Aussehen, nämlich um die Konstruktion einer umfassenden Biografie, die zwischen Realität und deren Narration im Kontext der Mode nicht mehr unterscheidet. Wie sie etwa ihre Besonderheit erlebten, wie sie Hindernisse und Vorurteile bekämpften, gehört zur Konstruktion des gesamten Images, das von ihren Bildern in Werbung, Catwalks, Kampagnen und sonstigen Medien aktiviert wird.

So vermischen sich im Fall der *Quirk Models* Werbung, Modeln und soziales Engagement miteinander (vgl. Krings 2016: 47). Die schwedische Schuhfirma *Vagabond* warb etwa auf ihrer Homepage mit den Transgender-Models Hari Nef und Casil McArthur für ihre Herbst/Winter-Kollektion 2017. Bestandteil der gesamten Werbekampagne waren auch Interviews mit den beiden Models, in denen sie über ihr „echtes“ Leben sowie ihre Stellung im Kontext der Modebranche erzählten und somit das Image der *Vagabond*-Schuhe mit zusätzlichen Bedeutungen verknüpften.

Mit *Endorsement*-ähnlichen Mechanismen gewinnt Mode auch gelegentlich Menschen für sich, indem sie zeitbegrenzt ihre Nähe zu verschiedensten sozialen Gebieten bzw. Fragen zum Ausdruck bringt. Für die Pariser Fashion Week F/S 2017 engagierte etwa das Modehaus Dior die paraolympische Fechterin Beatrice (Bebe) Vio als Model. Die Lebensgeschichte der Athletin wurde dabei Teil des gesamten Images des Modehauses, das bei dieser Gelegenheit – der ersten Kollektion unter der *Art Direction* von Maria Grazia Chiuri – dezidiert für Inklusion stehen wollte.

Besondere Zeichen, *Stigma* im Sinne Erving Goffmans (1975), werden derzeit im Kontext von Mode und Medien zum einen als Blickfänger funktionalisiert, um auf veränderte Aufmerksamkeitsregimes zu reagieren. Zum anderen forciert die Thematisierung von Stigmata im Zusammenhang mit Mode eine veränderte Sichtweise auf vom kanonischen Modekörper abweichende Eigenschaften, die dazu führt, dass letztere zumindest zeitweise *entstigmatisiert* werden können.

7 Modest Models

Brisante gesellschaftliche Themen werden in der Mode meist durch den Körper des Models signifiziert, verkörpert und ausgehandelt. Aus einer solchen Perspektive kann das Einsetzen von kopftuchtragenden Models interpretiert werden, die in den letzten Jahren auf den Covern von Modezeitschriften sowie auf den Laufstegen unterschiedlicher Modedesigner*innen präsentiert wurden. Models mit Kopftuch aktualisieren eine sich derzeit neu definierende Beziehung zwischen Mode und religiösen Identitäten: „Modest Fashion“ ist die allgemeine Bezeichnung für eine globale Ausrichtung von Mode, die Prinzipien von Bescheidenheit, wie etwa das Bedecken des weiblichen Kopfes, berücksichtigt und diese modisch immer neu interpretiert (vgl. Lewis 2013). Aus der Bezeichnung *Modest Fashion* lässt sich die des „Modest Models“ herleiten, d. h. des Models, dessen Performance im Kontext der Mode temporär oder dauerhaft auf Bescheidenheit orientiert ist. Das ist der Fall von mittlerweile berühmt gewordenen Models wie Halima Aden oder Mariah Idrissi, die in unterschiedlichen Zusammenhängen durch das Tragen von *Hijabs* bzw. von körperbedeckender Kleidung die Präsenz verschiedener, sich überlappender Konstellationen im aktuellen Modesystem explizit signalisieren.

So hinterfragen kopftuchtragende Models das vermeintliche *Neutrum* des Modelkörpers und offenbaren es als eine stereotype, westliche Fantasie. Mode setzt durch diese Models bereits signifikante, kulturalisierte Körper ein, die eine individuelle Geschichte haben und auf eine ständige Auseinandersetzung mit unterschiedlichen kulturellen Identitäten verweisen.

„Every little girl deserves to see a role model that is dressed like her“², sagt Halima Aden bezüglich ihrer Vorbildfunktion als Model im Kontext von Mode und Gesellschaft. Interessant scheint diese Aussage vor allem bezüglich des sich weitgehend etablierenden Perspektivenwechsels in der Konzeption von Models zu sein. So wird heute den Models die Funktion zugewiesen, durch ihr Tun die Vielfältigkeit der Realität widerzuspiegeln, anstatt reale Menschen ausschließlich mit realitätsfremden, abstrakten Körpern zu konfrontieren.

Auf semiotischer Ebene bewirken Modest Models zum einen eine im Sinne Reina Lewis „De-exceptionalization“³ des Kopftuchtragens und zum anderen erklären sie Kopftücher zu Modeaccessoires, die im Wandel der Mode und des Designs stehen. In einer Zeit, die etablierte Kategorien der Identität infrage stellt und deren Krise offen, wenn auch nicht konfliktfrei, austrägt, entdeckt Mode für sich das „Andere“ des Models, das aber historisch bedingt ist und immer neu konstituiert werden muss.

2 Vgl. Interview mit dem Model Halima Aden. Zugriff am 20. März 2018 unter www.okayafrica.com/halima-aden-becomes-first-model-wear-hijab-cover-vogue/.

3 Vgl. Interview mit Reina Lewis vom 24.02.2016, „Muslim Fashion: Contemporary Style Culture“ von Sophia Kurkdjian. Zugriff am 20. März 2018 unter <https://histoiremode.hypotheses.org/3142>; vgl. dazu auch Lewis (2017: 142).

8 Une jeune fille anglaise

Bei allen historischen und im weitesten Sinne politischen Unterschieden, auf die professionelle Models und Celebrities aus analogen und digitalen Zusammenhängen hinweisen, lässt sich das Modeln immer als performativer Akt auffassen. Modeln kann mit anderen Worten als das paradigmatische „Tun“ betrachtet werden, welches dazu dient, Körper als „das zu Produzierende“ zu konstituieren (vgl. Macho 2011: 203). Dieser Konstitutionsprozess ist ständig *in progress*: Körper werden immer neu produziert, adaptiert, erneuert, verändert. Diese vom Model auf exemplarische Weise vorgegebene Handlung hat allgemeingültigen Charakter. Unsere Körper zu produzieren, betrifft und involviert uns, ob bewusst oder nicht, alle, wenn auch in unterschiedlicher Weise und vor allem mit verschiedenen Zielen. Diese besondere Art der Performative prägt derzeit alle möglichen Formen von Öffentlichkeit und sozialen bzw. medienbedingten Interaktionen, die von Celebrities, Prominenten und *very normal people* ausgeübt werden. So sind etwa *first ladies* nach Macho – ein schneller Blick auf die Medienberichte über Staatsbesuche kann das umgehend bestätigen – zu „Models der Politik“ (vgl. Macho 2011: 208) geworden, die ständig mit der adaptiven Produktion des eigenen Körpers in unterschiedlichen Situationen ihres öffentlichen Lebens beschäftigt sind. „Wir leben in einer Kultur der Modelle“, sagt Macho (2011), während sich der Soziologe Christian Salmon (2010) in seinem Buch *Kate Moss Machine* zugespitzt mit einer *Kultur der Models* auseinandersetzt.

In den 1990er-Jahren kündigte das „Phänomen“ Kate Moss eine epochale Veränderung bezüglich der Rolle von Models als Vorbildern an. Ihre besondere Stellung im Kontext des Modeluniversums liegt für Salmon auf einer oberflächlichen Ebene darin, dass sie – ganz im Sinne der heutigen Models mit Makel – einen Wendepunkt in der bis dahin geltenden Anthropometrie konventioneller Models bedeutete. Sehr jung, kleiner und graziler als die damals noch zentralen Supermodels, stellte Kate Moss eine neue modische Deklination der „Normalität“ dar. Ihre Besonderheit bestand also paradoxerweise darin, dass sie anderen Mädchen ihres Alters ähnlich war. Dementsprechend sollte sie ein leichter zu erreichendes Vorbild sein. Aus dieser Paradoxie speiste sich die gesamte Konstruktion von Kate Moss als *Brand*. Als eines der meist erkennbaren Modegesichter der letzten zwanzig Jahre – so etwa der Künstler Marc Quinn über sie – ist Moss deshalb unverwechselbar, weil sie eine akzentuierte Ähnlichkeit mit anonymen Gesichtern aus dem alltäglichen Straßenbild aufweist. Weitere „Unregelmäßigkeiten“ in Bezug auf die makellose Norm modischer Gesichter wurden zu Beginn ihrer Karriere vielfach angesprochen. Die spitzen Schneidezähne und die angeblich zu weit auseinander stehenden Augen wurden immer wieder thematisiert (vgl. Salmon 2010: 21). Über dieses Model wurde im Vergleich zu anderen sehr viel berichtet, denn die Story-Telling-Maschine, welche, wie Salmon beobachtet, bei der Fabrizierung jeglichen Brands entscheidend geworden ist, spielte bei der Konstruktion des Brands „Kate Moss“ vom Anfang an eine sehr große Rolle.

Durch diese „personalisierte“ Erzählung mit individuellen Höhen und Tiefen lassen sich retrospektiv auch wichtige Wendepunkte in der Geschichte der Mode in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts ansprechen. So exemplifiziert die Parabel von Kate Moss, wie Mode die Sub- und Jugendkulturen der Nachkriegszeit allmählich integrierte bzw. kooptierte und weiterhin, wie die sog. „Mode nach der Mode“ (Vinken 1993), modefremden Räumen und Realitäten Zugang zu ihrer Bildwelt verschaffte.

Aspekte, die der Modewelt schon immer angehörten, aber immer fern von der glänzenden Oberfläche der Modebilder gehalten wurden, werden in den 1990er-Jahren in das offizielle Modebild integriert: Drogenkonsum, Depression, Essstörungen. Kate Moss scheint die „Realität“ der Mode am besten verkörpern zu können, zuerst als hochstilisierte Heldin des „Heroin Chic“ und später als echte Drogenkonsumentin. Für Salmon entwickelte sich Kate Moss immer mehr zu einem *sujet de société* (vgl. Salmon 2010: 87), das durch die Medien vagabundierte und somit die Rolle von Models im Kontext der Kultur neu definierte. So verleiht Kate Moss auch außerhalb ihrer beruflichen Erscheinungen, wenn sie als „private Person“ unterwegs ist, dem Tragen, Zusammenstellen und Interpretieren von Mode einen eigenen Stil, der sich in der prägnanten Medienbezeichnung „so Kate“ zusammenfassen lässt (vgl. Salmon 2010: 67). Dieser Logik folgend, wurde sie bald zur überzeugenden Designerin eigener Kollektionen (etwa für die Labels Top Shop, Equipment etc.) und somit zugleich zu Autorin und Medium des eigenen Stils: *The model is the message*.

Als kulturelles Artefakt oder – in seiner eigenen Definition – als „cultural hallucination“ wird Kate Moss vom englischen Künstler Marc Quinn in Skulpturen aus unterschiedlichen Materialien verwandelt. In der Serie *Sphinx* (2005) wird sie etwa in unmöglichen, schwierigen Körperverformungen dargestellt, die für ihre ständigen Deformationen sowie für ihre Anpassungsfähigkeit und Flexibilität stehen. Die Forcierung des Modelkörpers in eine stilisierte bzw. ornamentale Form, wie etwa ihre Verbiegung zum Buchstaben, hat in der Mode eine lange Tradition. Die ideale Ähnlichkeit zwischen Modelkörpern und Buchstaben wurde etwa Anfang des 20. Jahrhunderts von Erté ausführlich exploriert (vgl. Barthes 1990). Diese eigenartige Behandlung des weiblichen Körpers ließ sich im Glossar der Modeposen der Modefotografie immer wieder neu deklinieren. Die Vorliebe für unmögliche Posen, das, was Barthes als das „Ulkiye“ in der Mode bezeichnet (vgl. Barthes 1985: 312), gehört weiterhin zu den festen Codes modischer Inszenierungen.

So erinnert die skulpturale Verbiegung von Kate Moss durch Marc Quinn in der Tat an eine Fotografie von Richard Avedon aus dem Jahr 1972, in der das Model Veruschka ihren Körper in einer akrobatischen Figur auf ähnliche Weise verformte.

So einzigartig und unverwechselbar Kate Moss in ihren unendlichen orts- und medienübergreifenden Repräsentationen erscheinen mag, steht sie eigentlich *für uns alle*, so Salmon, indem sie das Modeln – in einer ambivalenten Haltung zwischen Mystifizierung und Dekonstruktion, zwischen Aktion und Reflexion – als moderne, genderübergreifende *Technologie des Selbst* offenbart. Ihre ständigen Verwandlungen, die aus ihr eine Art Cyborg machen, evozieren Prozesse und Zustände, an denen wir alle beteiligt sind. Wir müssen uns auch zwischen Realität und Medien konstruieren und dabei versuchen, die Kontrolle über unser Image zu bewahren. Unsere unterschiedlich medialisierte Öffentlichkeit muss ständig kuratiert und aktualisiert werden, was aus uns allen *Unternehmer*innen unserer Selbst* macht (vgl. Foucault 2004: 231f.). Diesbezüglich schreibt Salmon:

„Dans ce contexte, la mode devient le laboratoire d’une nouvelle condition humaine définie par la situation d’un sujet voué à l’experimentation incessante et intensive de lui-même. Kate Moss en est le prototype“ (Salmon 2010: 135).

Aus dieser Perspektive sind wir alle „des mannequins anglais“ (Salmon 2010: 136) und erleben in mehr oder weniger bewussten bzw. reflektierten Formen die täglichen Auswirkungen einer *Körpertechnik*, die unsere Inszenierungen in sozialen Interaktionen immer struktureller *modelliert*.

9 Models, No Models, Pop-Models

Das Model profiliert sich heute zum einen als eine Rolle, in die theoretisch, aber auch praktisch jede/r mal hineinschlüpfen kann. Model für eine Saison, für eine Kampagne, für eine Modenschau oder für einen Schnappschuss können sowohl Celebrities als auch unbekannte Menschen sein, deren Leben sich meistens außerhalb medialisierter Öffentlichkeit abspielt. Im Kontext der Blogkultur und der sozialen Netzwerke ist seit den frühen 2000er-Jahren eine zunächst spontane digitale Modefotografie entstanden, die auf die Einbettung nicht-professioneller oder zufällig auf der Straße getroffener „Menschen mit Stil“ fokussiert. Sie ist mittlerweile zu einem eigenen Genre geworden, dessen ständig aktualisierte Codes großen Einfluss auf die gesamte Bildproduktion traditioneller Modemedien gewonnen haben.

Schon vor diesem epochalen Wandel fanden in unterschiedlichen Modeinszenierungen „Menschen von der Straße“ ab und an Eingang: Ihre Alltagskörper dienten dazu, den Glamour von Modelkörpern kontrastiv zu betonen bzw. die von Models verkörperte Schönheit als außerordentlich oder sogar außerirdisch wirken zu lassen. Auch das von der Mode *ad hoc* konstruierte Bild der „Menschen von der Straße“ hat sich seit einigen Jahren deutlich verändert. Am Ende der 1980er-Jahre, als die Modefotografie anfang, sich dem Realen zuzuwenden und Modebilder allmählich von der Hochglanzschicht zu befreien, fotografierte Ferdinando Scianna für Dolce&Gabbana das Model Marpessa Hennink in alltäglichen Szenarien sizilianischer Dörfer (vgl. Marra 2004: 181ff.). Unter den älteren, bäuerlich gekleideten, „modefremden“ Frauen konnte sich das holländische Model nicht wirklich tarnen: Trotz des dokumentarischen Stils zeichnete sich zwischen ihr und den einheimischen Frauen eine deutlich erkennbare Trennlinie ab, die vor allem durch die Größe, die schlanke Figur, die Haltung, die Stellung der Füße und nicht zuletzt das Alter des Models gezeichnet wurde. In den gegenwärtigen Kampagnen von Dolce&Gabbana werden erneut Models und Nichtmodels zusammengestellt, diesmal mit ganz anderen Zielen und einer diametral entgegengesetzten Wirkung. Ältere und jüngere Frauen, Models und Nichtmodels, tragen hier die modische Kleidung von Dolce&Gabbana und weisen eine Stilsicherheit auf, die als altersübergreifend und als unabhängig von den einzelnen Körpereigenschaften bzw. vom Beruf dargestellt wird. Zwischen den professionellen Models und den „Models für einen Tag“ lassen sich die Unterschiede zwar deutlich erkennen, trotzdem wird hier keine vestimentäre, ästhetische Grenze zwischen Mode und Nicht-Mode gezogen, sondern ein Modebewusstsein inszeniert, das allen abgebildeten Menschen gemeinsam ist und trotzdem individuell anders ausgedrückt wird.

No Models (vgl. Krings 2016: 37) gehören jetzt auch zur Bildwelt bzw. zu den Figurenkonstellationen der Mode und verkörpern eine auf sozialer Ebene allgemein gewordene Tätigkeit: die strategische Konstruktion und Valorisierung von sich selbst *in* und *durch* Medien.

Das, was ich hier als *internalisiertes, verallgemeinertes Model* bezeichnen möchte, ist in aktuellen gesellschaftlichen und medialen Konstellationen ununterbrochen am Werk. So agieren im kaum mehr zu überschauenden Gebiet der Fashion-Blogs und der Social Networks sich ständig neu definierende hybride Figuren, die sich zugleich als Model, Designerinnen, Ratgeberinnen und Vertreterinnen von Stilen und Moden profilieren und dabei praktische und ästhetische Lösungen für eine effektive Vereinbarung von Mode und alltäglichen Situationen anbieten.

An der Schnittstelle zwischen *Figuren des Kollektivs* – wie Benjamin (1982) die Sozialfiguren des 19. Jahrhunderts, etwa Flaneure, Dandys, Prostituierte und Sammler, bezeichnete – und Prozessen der Subjektivierung verweist heute das Model auf eine unauflösbare, strukturelle Ambivalenz. Zwischen Ablehnung kanonischer Vorbilder und Einverleibung einiger ihrer prägenden Eigenschaften schwanken heute alle möglichen Variationen dieser Konstruktion, die am besten unter der Bezeichnung *Pop-Model* bzw. *Everyday Model* zusammengefasst werden können. Darunter versteht Patrizia Calefato (1996, 2004) eine diffuse, sich gleichzeitig innerhalb und außerhalb des Modesystems befindende Art und Weise, den Körper einzusetzen, die bereits in den 1990er-Jahren wichtige Veränderungen im Kontext der Mode ankündigte. Die Grenze zwischen Top- und Pop-Model – so Calefato – fing schon damals an, immer schwammiger zu werden und das Eine riskierte ständig, das Andere zu werden (vgl. Calefato 1996: 104).

Das Tun des Models lässt sich heute nicht nur in den spezifischen Medien der Mode erkennen, sondern auch in jenen unzähligen temporären Körperinszenierungen, die zwischen sich stets überlappenden Moderäumen und digitalen Welten vermitteln.

So adressieren die sich permanent erneuernden Deklinationen der Modellfigur kardinal gewordene Aspekte der Relation zwischen Subjektivierung und Sozialisierung von Menschen in der Gegenwart. Kaum eine andere soziale Figur als das Model kann heute besser verdeutlichen, wie die Prozesse der Konstruktion sozialer Identitäten kein endgültiges Ziel haben können, sondern als ständig von vorne beginnende, nie endende *Projekte* zu betrachten sind, welche die Oberfläche des Körpers mit immer neuen Schichten kleiden.

Literaturverzeichnis

- Barthes, Roland (1985). *Die Sprache der Mode*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Barthes, Roland (1990). Erté oder an den Buchstaben. In Roland Barthes, *Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn* (S. 110–134). Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Benjamin, Walter (1982). Das Passagen-Werk. In Walter Benjamin, *Gesammelte Schriften*. Band V. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Calefato, Patrizia (1996). *Mass Moda: Linguaggio e immaginario del corpo rivestito*. Roma: Meltemi.
- Calefato, Patrizia (2004). *The Clothed Body*. London: Berg.
- Chadwick, Whitney (2003). Lee Miller's two bodies. In Whitney Chadwick & Tirza True Latimer (Hrsg.), *Modern Woman Revisited. Paris Between the Wars* (S. 199–221). New Brunswick, New Jersey, London: Rutgers University Press.
- Cheddle, Janice (2002). The Politics of the First: The Emergence of the Black Model in the Civil Rights Era. *Fashion Theory*, 6(1), 61–82.

- Conekin, Becky E. (2008). Lee Miller's Simultaneity: Photographer and Models in the pages of the Inter-war *Vogue*. In Eugénie Shinkle (Hrsg.), *Fashion as Photograph. Viewing and Reviewing Images of Fashion* (S. 70–83). London, New York: Tauris.
- De Lauretis, Teresa (1988). *Technologies of Gender: Essays on Theory, Film, Fiction*. Bloomington: Indiana University Press.
- de Perthuis, Karen (2008). Beyond Perfection: The Fashion Model in the Age of Digital Manipulation. In Eugénie Shinkle (Hrsg.), *Fashion as Photograph. Viewing and Reviewing Images of Fashion* (S. 168–181). London, New York: Tauris.
- Entwistle, Joanne & Wissinger, Elisabeth (2012). *Fashioning Models. Image, Text and Industry*. London: Berg.
- Entwistle, Joanne & Slater, Don (2012). Models as Brands: Critical Thinking About Bodies and Images. In Joanne Entwistle & Elisabeth Wissinger (Hrsg.), *Fashioning Models. Image, Text and Industry* (S. 15–33). London: Berg.
- Evans, Caroline (2011). The Ontology of the Fashion Model. *AA Files*, 63, 56–69.
- Evans, Caroline (2015). Modelling McQueen: Hard Grace. In Claire Wilcox (Hrsg.), *Alexander McQueen* (S. 189–202). London: V & A Publishing.
- Foucault, Michel (2004). *Naissance de la biopolitique. Cours au Collège de France (1978–1979)*. Paris: Gallimard.
- Fraueneder, Hildegard (2015). Schrille Outfits, extravagante Auftritte. Die Pose als Vermittlungsfigur. In Christa Gürtler & Eva Hausbacher (Hrsg.), *Kleiderfragen. Mode und Kulturwissenschaft* (S. 157–176). Bielefeld: transcript.
- Goffman, Erving (1975). *Stigma. Über die Techniken der Bewältigung beschädigter Identität*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- Honigman, Ana Finel (2015). A Known Beauty: Models-Turned-Artists Challenge Beauty Privilege. *Fashion Theory*, 9(5), 617–636.
- Lehmann, Ulrich (2000). *Tigersprung: Fashion in Modernity*. Cambridge, London: MIT Press.
- Karaminas, Vicky & Geczy, Adam (2017). *Critical Fashion Practice*. London: Bloomsbury.
- Kolesch, Doris (1998). Mode, Moderne und Kulturtheorie – eine schwierige Beziehung. Überlegungen zu Baudelaire, Simmel, Benjamin und Adorno. In Gertrud Lehnert (Hrsg.), *Mode, Weiblichkeit und Modernität* (S. 20–46). Dortmund: Edition Ebersbach.
- Krings, Matthias (2016). Ein Model mit „Makel“. Shaun Ross und die Produktion besonderer Berühmtheit in der Modewelt. *Zeitschrift für Medienwissenschaft*, 1(16), 37–48.
- Latour, Bruno (2005). *Reassembling the social: An introduction to the Actor-Network-Theory*. Oxford: Oxford University Press.
- Lehnert, Gertrud (1998). „Es kommt ein Moment, in dem sie selbst ihre Puppe ist“. Von modischen Körpern, Frauen und Puppen. In Gertrud Lehnert (Hrsg.), *Mode, Weiblichkeit und Modernität* (S. 86–106). Dortmund: Edition Ebersbach.
- Lehnert, Gertrud (2016). Leigh Bowery und Alexander McQueen. In Gertrud Lehnert & Maria Weilandt (Hrsg.), *Ist Mode queer?* (S. 17–36). Bielefeld: transcript.
- Lewis, Reina (Hrsg.). (2013). *Modest Fashion. Styling Bodies, Mediating Faith*. London: I. B. Tauris.
- Lewis, Reina (2017). Modest Fashion and Anti-Fashion. In Anna Mari Almila & David Inglis (Hrsg.), *The Routledge International Handbook to Veils and Veiling* (S.139–151). London, New York: Routledge.
- Loreck, Hanne (2002). De/constructing Fashion/Fashions of Deconstruction: Cindy Sherman's Fashion Photographies. *Fashion Theory*, 6(3), 255–276.
- Macho, Thomas (2011). *Vorbilder*. München: Fink.
- Marra, Claudio (2004). *Nelle ombre di un sogno. Storia e idea della fotografia di moda*. Milano: Bruno Mondadori.

- Moebius, Stephan & Schroer, Markus (2010). *Diven, Hacker, Spekulanten. Sozialfiguren der Gegenwart*. Berlin: Suhrkamp.
- Salmon, Christian (2010). *Kate Moss Machine*. Paris: La Decouverte.
- Seely, Stephen (2012). How do you Dress a Body without Organs? Affective Fashion and Nonhuman Becoming. *Women's Studies Quarterly*, 41(1/2), 247–265.
- Silbermann, Charlotte (2012). Zur Räumlichkeit der Modenschau „Voss“ von Alexander McQueen. In Getrud Lehnert (Hrsg.), *Räume der Mode* (S.75–83). München: Wilhelm Fink Verlag.
- Vinken, Barbara (1993). *Mode nach der Mode. Kleid und Geist am Ende des 20. Jahrhunderts*. Frankfurt/Main: Fischer.
- Way, Elisabeth (2013). Intersection of Movement and Style. African American Dance and Fashion in the Twentieth Century. In Valerie Steele (Hrsg.), *Dance & Fashion* (S. 255–292). New Haven, London, New York: Yale University Press.

Zur Person

Antonella Giannone, Prof. Dr., Professorin für Modegeschichte, -theorie und Bekleidungssoziologie, weißensee kunsthochschule berlin. Arbeitsschwerpunkte: Fashion Studies, Modesoziologie, Semiotik der Kleidung.

Kontakt: weißensee kunsthochschule berlin, Bühringstraße 20, 13086 Berlin

E-Mail: giannone@kh-berlin.de